

ABSTRAK

Kualitas layanan, *store atmosphere* dan *word of mouth* merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen. Apabila layanan, *store atmosphere* dan *word of mouth* yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka dapat dikatakan baik dan memuaskan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, *store atmosphere* dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen pada Dejavu Cafe & Eatery Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Dejavu Cafe & Eatery Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dan penentuan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena semakin baik kualitas layanan yang di berikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena menciptakan suasana kafe yang kurang sesuai dengan selera konsumen dapat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena semakin banyak informasi-informasi positif melalui *word of mouth* yang diterima konsumen dan digunakan dalam kegiatan pemasaran, maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan konsumen.

Kata Kunci: kualitas layanan, *store atmosphere*, *word of mouth* dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

Quality of service, store atmosphere and word of mouth is the level of excellence that consumers expects. If service, store atmosphere and word of mouth are received or perceived as expected, then it can be said good and satisfying.

This research aims to determine the influence of service quality, store atmosphere and word of mouth to customer satisfaction at Dejavu Cafe & Eatery Surabaya. The population used in this research is all consumers who visit and make a purchase at Dejavu Cafe & Eatery Surabaya. Sampling technique using non probability sampling and sample determination using accidental sampling with the number of samples used as many as 100 respondents. While the analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results of this research shows that the service quality has significant influence on customer satisfaction because if better the service quality provided, higher the level of customer satisfaction. Store atmosphere does not influence the consumer satisfaction because creating a cafe atmosphere that is less in accordance with consumer tastes can influence the level of customer satisfaction. Word of mouth has a significant influence on consumer satisfaction because the more positive information through word of mouth received by consumers and used in marketing activities, the more increasing the level of customer satisfaction.

Keywords: quality service, store atmosphere, word of mouth and satisfaction consumer